

# 进博会吸引外企外资不断加码中国

据解放日报 第三届进博会已经确定,将如期在上海线下举办,并要“越办越好”。

疫情“大考”特殊之年,全球贸易保护主义不断抬头,中国坚定不移地扩大开放、与全球企业共享中国市场和机遇,为世界经济复苏注入正能量。

中国国际进口博览局公布的数据显示,第三届进博会企业展规划面积36万平方米,比第二届规划面积增加6万平方米,目前企业签约面积已达规划目标。除了规模更大外,本届展商和展品的质量也更优,不仅世界500强和行业龙头企业参展热情高,而且许多企业将携带新产品、新技术、新服务进行“全球首发、中国首展”。

全球企业行动表明,开放合作的大势不可阻挡,到中国来、到上海来仍是人心所向。

**一位难求,企业有意连签三届**

年初,不少人担心进博会招展工作受疫情影响,但现实情况远远好于预期。目前,消费品、医疗和服装等展区签约面积已超过规划面积,汽车展区也已接近饱和。

“第三届进博会按原计划筹备,将在线下举办的消息无疑是一颗定心丸,让海外展商的担忧打消。”一位负责招展的工作人员告诉记者,得知这一消息后,老朋友兴奋不已,新朋友充满期待,部分展区剩余的展位被一抢而空。

进博会的热度还体现在企业对展览面积的需求上,以世界500强和行业龙头企业为例,平均展览面积比第二届增加了14%。

“今年以来的珠宝展会已悉数取消或者转为线上,我们把宝全押在进博会上了。”意大利维缇珠宝联合创始人龚利锋或许说出了许多参展商的心声,他们都想在进博会上展示更多、更好、更新的产品。

具有创新风导功能的升降式吸油烟机、全自动破袋分拣机设备、新冠疫情防控产品人工肺和呼吸机、豌豆蛋白制造的新品人造肉等大量新品将在进博会“全球首发、中国首展”。

今年5月,慈驰母公司泰佩思琦集团与进博局签署长期合作备忘录,成为首批承诺第三届至第

五届连续参加的展商。集团董事长兼首席执行官吉德·泽特林表示,疫情不会改变中国经济长期向好的趋势。

国家统计局发布的中国上半年经济数据则印证了这一观点,二季度中国经济企稳回升、GDP增速由负转正。

看到中国经济的强大韧性后,7月10日,博西家电、资生堂、米技、卡赫、福维克等一批消费品领域的世界500强和行业龙头企业也签订了后三年参加进博会的合作备忘录。

日前,第三届进博会参展商联盟第一次会议在国家会展中心(上海)举行,35家参展商签订了三年长期参展合作备忘录。这些企业大多为世界500强和行业龙头企业,着眼于和进博会长期共同发展,签“长约”体现了他们对深耕中国市场的坚定信心。

连签三届的底气,来自于进博会作为国际采购平台,为全球企业带来了实实在在的订单。首届进博会上,德国灶具品牌米技拿下笔1.5亿元的订单,占品牌年销量的20%至30%。另一家跨国公司福维克在参加第二届进博会后,当季销量便创下全年新高,并且2020年上半年,公司产品销量仍保持正增长。

“只要进博会举办,我们就会年年参加,连签五年也没问题。”米技中国区总经理周文炳说,进博会相当热门,每年都有大量新朋友积极参展,展位往往一位难求,这也是公司签署长期参展合作备忘录背后的考量之一。

**永不落幕,放大展会溢出效益**

每届进博会只举办6天,更多的故事来自于6天之外,比如49个进博会“6+365”常年展示交易服务平台。

虹桥进口商品展示交易中心(虹桥品汇)便是其中之一,作为第二届进博会国家综合展延展场地,8天实现销售额1000万元。

目前,虹桥品汇已开放区域云集来自70多个国家和地区的109家企业,拥有品牌数超过1200个、商品品类超过1万件,其中进博参展相关品牌占70%。

想进入中国市场的海外企业很多,但进博会毕竟展位有限,许

多中小企业便通过这样的常年展示交易服务平台对接进博会带来的红利。

数据显示,由众多“6+365”平台参加的“五五购物节·进口商品节”,5月份实现销售额超过35亿元。

常年展示交易平台的另一个意义在于它能加速进博会展品变商品,并加速采购商、参展商的角色转换。绿地全球商品贸易港的总经理薛迎杰就发现,各国企业、组织把公司注册落地在贸易港已成为一种普遍现象。采购商和参展商随时转型成贸易商,甚至投资者。

比如加拿大大西洋商会,原本商会的职能是组织加拿大企业参加进博会,但在第二届进博会召开前,商会自己注册了一家贸易公司,希望能更好地帮助加拿大中小企业对接中国市场。今年上半年,加拿大大西洋商会在绿地商贸易港开设的“加拿大进口馆”帮助加拿大中小企业卖出3000万元的特色产品。

目前,贸易港共吸引来自57个国家和地区的139家企业和组织入驻。这些企业和组织架起一座座桥梁,连接国内消费者和全球优质的进口商品及中小企业,助力打造“永不落幕的进博会”,不断放大这一展会的影响力和溢出效益。

进博会展现出的溢出效益和中国市场的魅力,也在吸引外企、外资不断加码中国。

据联合国贸发组织预计,今年全球外国直接投资将大幅萎缩40%。但上海上半年全市实到外资102.8亿美元,同比增长5.4%;新增跨国公司地区总部26家,外资研发中心10家,一批首店逆势新开。

7月22日,54个外资项目来沪集中签约,投资总额超过80亿美元。其中,连续三年报名参加进博会的德国药企勃林格格翰计划未来5年在上海增资4.51亿欧元,主要用于动物保健和生物制药业务生产基地的扩建和临床研发投入;今年将首次亮相进博会的美国洛克菲勒艺术基金,计划在上海投资10亿美元建设洛克菲勒艺术中心,项目预计明年开工。

此外,签下“长约”的米技也拟在浦江镇购买20亩工业用地以提高新品产能,并决定在上海闵行区建立中国总部、品牌研发中心以及产品展示中心。

**交流合作,发现更多中国机遇**

进博会不仅是国际采购平台、投资促进平台,也是开放合作、人文交流的全球性平台。产业链上下游,甚至是跨界的交流合作,都能摩擦出不一样的火花。

新西兰蜂产品企业奈卡塔的故事颇具代表性。首届进博会上,公司与中国国内的同行企业建立了战略合作伙伴关系,当年完成销售额6000万元。首届进博会后,公司的品牌和产品通过同行的大力宣传和推广,受到了越来越多消费者的认可。

潜在的竞争对手牵手成功、甜蜜相处,这正是开放合作的魅力所在。

即将在进博会首秀的洛克菲勒艺术基金则更看重进博会人文交流平台的平台功能。去年11月,史蒂文·克拉克·洛克菲勒作为境外嘉宾来沪观摩了第二届进博会,展会的盛况给他留下深刻印象。今年年初,他带领基金报名参加第三届进博会。

“进博会是最好的面向中国的展示交流平台,很高兴第三届进博会能在线下举办。”基金会中国区CEO惠新说。

未来,该基金希望通过落地上海的洛克菲勒艺术中心项目,带动国际艺术产业及园区的发展,建立双向交流的网络和对话平台,使其成为嫁接中外优质国际资源的桥梁。据了解,该基金会与纽约州政府有合作,纽约州有上千家中小企业希望进入中国市场。

看好进博会国际交流合作平台功能的还有连续三年报名参会的丹麦跨国药企诺和诺德。

这家企业是全球糖尿病领域的龙头,公司全球高级副总裁兼大中国区总裁周霞萍一直强调,战胜糖尿病需要世界各国、社会各界共同努力,而进博会则是普及糖尿病知识,寻求全球合作伙伴的绝佳平台。

首届进博会后,诺和诺德(中国)研发中心正式启动INNOVO开放式创新平台创建项目,通过向本土创新力量提供资源、技术和平台支持,携手最具活力的中国本土创新力量。第二届进博会后,公司在中国研发创新的朋友圈不断扩大,于是顺势启动“中国同创”项目,旨在加速引进全球创新药。 ■王力

信息快报

“车厢桑拿”傍晚“蒸”到黎明

据新民晚报 夏令热线期间,上海公交行业的防疫消毒工作从未放松。随着气温逐渐升高,消毒人员每次上夜班,从晚上7时到次日3时,都堪比“蒸桑拿”。

晚上6时30分,陈海俊走进真南路公交停车场三楼的简易休息室,还没开工,额头已沁满汗珠。自新冠肺炎疫情发生以来,许多见习驾驶员临危受命,每晚为公交车保洁、消毒。陈海俊、彭骋宇等六人负责巴士三公司二车队的108辆车。

火钳、弯钩、水桶、抹布、百洁布、钢丝球、小铲刀……晚上7时,彭骋宇全副武装,拎着百宝箱,和5个小伙伴上了车。

踏进车厢,闷热空气扑面而来,仿佛陷入蒸笼。身穿防护服的队员们却面不改色,各就各位。

每个队员都严守流程——消毒前,先清洁空调滤网、网罩等细节部位。约15分钟后,一辆车保洁完成。其间,他们多次往返百米外的休息室,换了七八桶水。此时,陈海俊已备好一桶刚调配的消毒液,六人再次上车,拿着浸了消毒水的抹布,把扶手、栏杆和座椅等区域再仔细擦一遍。10分钟后,确认没有遗漏,陈海俊背着重达10公斤的喷壶登场。完成最后一道工序,陈海俊走下车,脱下手套和口罩,摘下防护服的帽子,他的头发就像刚在水里泡过似的,汗水顺着脖子而下,彻底打湿了衣服。休息不到5分钟,他又穿戴整齐,匆忙走向下一辆车。 ■曹刚

上海休闲农业旅游线路发布“时令化”

据新华网 郊区休闲农业旅游,已成为上海城市“短途游”的主打产品。为了提高市场精准度,沪郊近日在嘉定华亭发布夏令休闲农业旅游线路,让农旅市场在“时令化”中为市民游客提供“享绿色、品生活”的特色体验。

据了解,此次发布的夏令休闲农业旅游线路,沿嘉定华亭霜竹公路这一条蜿蜒的干道,途经华亭哈密瓜主题公园、乡悦华亭、北新花海、愚农庄园、毛桥集市、城市超市农情园、文兴葡萄园等特色农旅景点。一路农田环抱、村落星布,绿树成荫、湖阔水清。

最新落成的愚农庄园,依托华亭得天独厚的自然资源和生态环境,以“农事体验”“美食生活”“户外活动”等五大板块为主题,形成田园综合体的农旅载体,为游客提供采摘、垂钓、果树认领、趣味农训、农运竞技等农事旅游活动,趣味露营、河畔烧烤、水上游船、观光骑行等体验性项目,可以满足亲子活动等各类需求。

农旅路线的“时令化”,可以使旅游特色与农事节奏紧密结合。华亭镇相关负责人说,暑期,正是瓜果飘香的采摘季节。为了方便更多游客能在夏日感受上海乡村的别样魅力,此次的“夏令线路”专门串联起以夏令果品为主打产品的农林基地,突出乡村的夏日风情,让夏令休闲农业旅游真正“姓夏”。 ■李荣

## 探索“无障碍自然之旅”

据新华网 “一群斑马正在低头吃着草,几只长颈鹿高昂着头悠闲地漫步,太阳终于又升起来了,新的一天开始了……”在上海自然博物馆“非洲秀”震撼音效的“加持”下,讲解员配合电影娓娓道来,将科普电影画面转化为生动的语音解说,让视力障碍观众能体验非洲动物迁徙的壮观场面。

上海自然博物馆日前邀请视力、听力语言两类近40位特殊人群代表来馆体验,共度“特殊人群主题活动日”。

为了让特殊人群获得更好的活动体验,上海自然博物馆对其自2019年推出的品牌科普活动“无障碍自然之旅”进行了全新优化与研发。全新的体验项目包括馆内“上海故事”展区的手语讲解及“非洲秀”“人类之路”两部科普影片的“无障碍电影解说”。

来到“上海故事”展区参观的聋人朋友,只要通过微信扫描展项旁的手语讲解二维码,即可观看相关展品详细的手语讲解视频,获得文字信息之外更丰富的科普知识。 ■陈爱平

2020年,国际博物馆协会发布了“致力于平等的博物馆:多元和包容”的博物馆日主题,鼓励博物馆关注人民群众更加多元的公共文化需求。作为上海市重要的公共文化服务机构之一,上海自然博物馆致力打造一个“有温度”的博物馆。

自2019年起,上海自然博物馆启动“针对特殊人群的博物馆教育资源推广项目”,打造“无障碍自然之旅”特殊人群教育活动品牌,为肢体障碍、听力语言障碍、智力障碍、视力障碍、精神障碍等五类特殊人群提供定制化参观活动。主题活动内容丰富多彩,充分展现了自博馆优质的展览教育资源,实施以来受到诸多好评。

截至目前,上海自然博物馆共接待市残联组织的特殊人群团队28批次,惠及特殊人群1197人次。未来,上海自然博物馆还将在特殊人群精细化服务的道路上不断探索前行,为民众带来更多元、更包容、更有“温度”的教育服务体验。 ■陈爱平

人社部:  
二季度全国最缺  
“营销员”“快递员”等

人力资源和社会保障部近日发布的  
《2020年第二季度全国招聘求职100个短缺职业排行》显示

营销员 快递员 餐厅服务员  
成为过去一段时间全国最为短缺的职业

与第一季度短缺职业排行相比 本期进入“排行”的100个职业结构保持总体平稳

生产制造及有关人员 合计占本期的77%  
社会生产服务和生活服务人员 仍是市场短缺职业的主体

这一排行由中国就业培训技术指导中心组织102个定点监测城市公共就业服务机构,收集汇总2020年第二季度人力资源市场供求关系较为紧张的招聘、求职需求职业岗位信息而形成